BERNARDINO AVILA

m2

SUPLEMENTO DE ESTILO
Y DECORACION DE PAGINA/12.
SABADO 7 DE FEBRERO DE 2004.
AÑO 5. Nº 262.

múltiples

los espacios comerciales que son bazar, tienda, café
y mueblería, y materializan un diseño envolvente

ANA DEANGELO



Dólares y pasividad

La indiferencia con que vemos desaparecer nuestro patrimonio y el entusiasmo de las colectas en EE.UU. marcan el contraste entre dos actitudes hacia la historia en países que comparten la falta de leyes patrimoniales.

POR SERGIO KIERNAN

En la contratapa de esta edición se cuenta un caso en que dos instituciones norteamericanas –una estatal, otra privada– lograron juntar millones para salvar una casa de Mies van der Rohe y transformarla en un museo visitable. Salvando la escala –millones y de dólares–, lo más llamativo del caso es que cientos y miles de personas pusieron su dinero para ese gesto de preservación de un objeto patrimonial, artístico. Los fondos no vinieron solamente de fundaciones, empresas o millonarios: el National Trust for Preservation registró miles de pequeñas donaciones.

Lo que resulta inimaginable en Argentina es eso: miles de personas interesándose por el patrimonio y haciendo algo al respecto, tal vez no poniendo dinero pero haciendo *algo* al respecto.

Los casos son raros: el Botánico fue salvado de la privatización farandulesca por los vecinos que le dieron un famoso abrazo; el Padelai no terminó demolido por las airadas protestas de ciertos profesionales y de un par de periodistas; muchas casas, departamentos y locales mantienen su valor patrimonial por decisión de sus dueños.

Pero lo que está completamente ausente es cualquier nivel de organización civil para ayudar a preservar nuestra historia edificada y difundir la idea de su disfrute y valor. Curiosamente, los turistas que visitan Buenos Aires parecen tener más conciencia de la originalidad de nuestra ciudad –por mencionar apenas esta ciudad en todo el país– y reciben información fuertemente significada en el formato de un tour. Tango, historia, patrimonio son un continuo para gente que viene a ver edificios viejos, anclados en una cultura y tradición.

Lo mismo ocurre con la viabilidad material del patrimonio. Los países que sí tienen ONG dedicadas al tema generan mensajes sumamente originales, que resultan inéditos entre nosotros. Por ejemplo: si en su barrio hay una panadería antigua, de aquellas llenas de maderas y vitrales; si el pan es bueno y los precios normales, haga sus compras ahí y no en la nueva. Es más, explíqueles a los dueños por qué hace sus compras ahí y no en otra parte; demuéstreles que el lado patrimonial de su panadería atrae clientes y dé argumentos para evitar que gasten buenos dineros en "modernizar" el negocio. Lo mismo corre para cines, bares y hasta barrios, y hay casos de viejas calles comerciales salvadas porque la gente se niega a ir únicamente al shopping, y de ciudades pequeñas que salvaron su viejo y bello cine por el voluntarismo de sus pobladores.

Este tipo de pequeñas iniciativas suele tener derivaciones imprevistas y mucho mayores de lo que se podría pensar. Los lugares que empiezan a tratar su patrimonio vivo de este modo suelen lograr un ambiente apto para pasar leyes que regulen y protejan el patrimonio. También es común que se cree un orgullo local, una conciencia y tránsito con la historia propia. No son pocos los que además logran una nueva vida económica gracias a sus edificios y lugares, un poco a la manera de San Antonio de Areco en la provincia de Buenos Aires, pueblo que reapareció en los mapas como destino turístico.

Hasta la vuelta de la democracia, Argentina era un país donde casi no había ONG y donde se esperaba que el Estado –esto es, los políticos– solucionaran todas las cosas. Hace años ya que el sector no gubernamental florece, porque ya sabemos que el Estado ni remotamente puede solucionar todo. Si esta tendencia crece, tal vez algún día se termine la curiosa pasividad con que vemos desaparecer nuestros viejos edificios, nuestros barrios y el carácter de nuestras ciudades. No será poniendo dólares que no tengamos, pero hay muchas otras maneras.■



ANA DEANGELO



BERNARDINO AVILA



Pueblo Indio y Pilola, dos ejemplos de espacios únicos con usos múltiples.

Muchos en uno

Café, bazar, mueblería, tienda, espacio de diseño: los multiespacios son una tendencia ya impuesta que materializa la idea del *look total*, que abarque todos los aspectos de la vida.

POR LUJAN CAMBARIERE

Como tantas veces en nuestro país, los multiespacios son una buena idea que llegó de afuera –de Londres, de Milán– y tuvo distintas reinterpretaciones en esta ciudad. Tendencia que abraza tanto el diseño del hábitat como el de los espacios comerciales. Es que hoy donde se come, se duerme, se recibe y se trabaja. Y donde se almuerza o se toma un trago, se consume diseño.

Así, la estrategia de aunar usos múltiples, fusionando generalmente moda, gastronomía con muebles y objetos, tiene causas diversas. La primera y obvia es la de potenciar o generar varios negocios en uno: bar, venta de artículos de bazar, muebles u objetos, galería de arte y restaurante. También hay quienes hablan de transmitir un concepto integral. Algo así como dime qué comes y te diré qué lámpara o mesita de luz escoges. Lo que algunos denominan el *total look*, una corriente que tiene referentes internacionales (Kenzo, Donna Karam, Armani), locales donde todo lo expuesto responde a un mismo concepto y sobre todo a una estética compartida. Y donde todo, desde la ambientación del lugar, pasando por los pocillos donde se sirve el café o el té verde (que es el té más *design*) a la indumentaria del personal, se puede comprar.

ANA DEANGELO

Pilola en Palermo

Aunque a su mentora, la decoradora Susana Villaverde, no le guste mucho el término multiespacio, su local es quizás el más acabado ejemplo del concepto internacional de megalocal con oferta gastronómica y de diseño. Cuatrocientos cincuenta metros cuadrados divididos en sectores bien delimitados. En la planta baja fusiona el café y la tienda con objetos de bazar. En el primer piso, la venta de muebles, alfombras, lámparas, ropa de cama y su estudio de diseño.

"Hacía mucho tiempo que tenía ganas de concentrar todo mi trabajo en un mismo lugar. Mi estudio y también los diseños propios que solía hacer por encargo –desde muebles, pasando por alfombras, vajilla y lámparas– o para mis ambientaciones. Además, cada vez que viajaba y disfrutaba de esos lugares en Roma o Milán, me volvían las ganas de hacer lo propio acá. Por eso me gusta llamarlo 'Showroom de deco y Pilola Café'. Este espacio me da la posibilidad de ofrecer al cliente el servicio de un asesoramiento integral en decoración en un ambiente distendido y relajado donde se viva el diseño a cada paso."

Para eso, Villaverde recicló un lugar que fue sucesivamente, como muchos otros casos en Palermo, taller mecánico, imprenta y taller de ropa de camping, en un amplio espacio donde jugó con algunos elementos clave. Cemento en piso y paredes, madera, agua (mediante una raja en el piso que señala la dirección a la tienda y se llena a través de una seguidilla de viguetas premoldeadas) y fuego que da la bienvenida mediante una amplia chimenea.

"El bar está concesionado. Le di mil vueltas al plano para que conviviera a la perfección con la tienda, se potenciaran, pero a la vez pudieran funcionar por separado –explica y continúa–, porque la idea es que la gente que llega a Pilola se lo tome como todo un paseo donde pueda disfrutar y descubrir un producto original, sofisticado y personal que no encuentra en otros lados", señala.

ANA DEANGELO

Vajilla de cerámica de texturas y colores exquisitos y variados, alfombras de hilos de lycra, muebles que combinan madera enchapada con chapa, cemento o mármol, es alguna de la oferta del lugar. "Un ambiente con una atmósfera única y relajada aun en plena ciudad, es parte de la apuesta", agrega Villaverde. Por eso en un futuro cercano, Pilola promete sumar florería y bombonería. "Sueño con incorporar cada vez más cosas que revelen un estilo de vida", remata.

Pueblo Indio en San Telmo

Surge como un deco-bar que se desprende de otro local exclusivamente de diseño que ostentan sus dueños, Rubén Millán y Silvana Pazos, a dos cuadras. En Pueblo Indio la propuesta se centra en diseños de nuestra tierra. "Vendíamos objetos y utilitarios únicos hechos a mano basados en reinterpretaciones de diseños indígenas y latinoamericanos. Sumamos un socio y surgió la posibilidad de abrir otro espacio donde hacer un mix de dos actividades que se complementan a la perfección. Acá, además del turismo, tenemos mucha clientela local, gente que trabaja en las oficinas de la zona, que además de almorzar consume los objetos que están en exposición ya sea para regalos personales o empresariales", detalla Pazos. Así, para ellos, la ecuación de aunar gastronomía y tienda de diseño es siempre positiva porque genera un doble tránsito.



BERNARDINO AVILA

"El que viene por el café, detecta los objetos y a la inversa. Entonces la propuesta cierra", suma Pazos.

La Búsqueda en el microcentro

La premisa de su creador, el arquitecto Damián Revelli, es que si te gusta algo, te lo llevás. "Siempre me apasionó el mundo de los objetos. Fue así como hace dos años armé un grupo de diseño con la idea de ser el eje comercializador. Al poco tiempo vi que no iba para ese lado y surgió la idea del café y tienda de diseño por una cuestión, en principio, puramente económica. Un multiespacio lo amortizás 'multiveces'", detalla.

Su propuesta gastronómica (distintos platos del día, fondue y snacks) llega en modernos platos cuadrados. El sector tienda ofrece muebles, objetos y accesorios variados –productos en vidrio de Claudia Spinali y Fernando Tripiciano, cuencos y tapices de Gabriela Licenblant y Gabriela Valdevit y la joyería contemporánea de Cristina Aragonés, entre otros– que combinan con la atmósfera del lugar.

Pero Revelli va por más. "Me gusta que el local sea un punto de encuentro de gente en la misma sintonía. Por eso también organizo desde acá ferias de diseño con otros aditamentos, como shows de música en vivo, y ahora estoy armando una gran fiesta urbana en la calle donde todos los locales de la zona salgamos a mostrar lo que tenemos", cuenta.

¿Desventajas del multiespacio? "Que algunas personas, pocas por suerte, creen que para entrar tienen que consumir algo, cuando todo es absolutamente independiente". ■

Pilola: Humboldt 1478, 4772-5662, www.pilola.com
Pueblo Indio: Defensa 702, 4361-6365, puebloindio@hotmail.com
La Búsqueda: San Martín 657, 4311-4167, www.labusquedaecip.com.ar



BERNARDINO AVILA





Cómo una ONG y un ente público lograron comprar una obra amenazada de Mies van der Rohe, movilizando al público en una rápida colecta.

La Farnsworth, a salvo

La casa Farnsworth, una de las únicas tres viviendas particulares construidas por Mies van der Rohe de este lado del Atlántico, está a salvo. La caja de cristal, edificada en un amplio lote rural cerca de Chicago, que fue cuidadosamente modificado y plantado por Mies, estaba en venta y ya se había anunciado que los dos ofertantes más serios pensaban desarmarla y llevársela a otro lugar. Esta obra maestra del modernismo fue comprada por dos instituciones que pensaban que casa y paisaje eran uno, que Mies había diseñado en función del lugar, y que ambos elementos no podían separarse. La historia de cómo se logró el rescate es un ejemplo tanto de la mentalidad de cuidado del patrimonio como de la diferencia que hace que la gente se interese en el tema.

Mies construyó la casa en 1951 para la doctora Edith Farnsworth en lo que hace medio siglo era campo abierto y hoy es el pueblo de Plano, Illinois, a 90 kilómetros de Chicago. La doctora recibió de su arquitecto una perla abstracta, de vidrios y luz, casi inmaterial y perfectamente absorbida por lo que la rodeaba. Farnsworth nunca modificó su casa –que primero usó como quinta y luego como hogar de su vejez– ni cambió el mobiliario diseñado por Mies.

Hace 35 años, la casa fue comprada por un inglés, lord Peter Palumbo, millonario constructor que colecciona casas modernistas y también tiene una de Frank Lloyd Wright en Pennsylvania y una de Le Corbusier en París. Palumbo fue un custodio ideal que usaba la casa ocasionalmente, la mantenía en perfectas condiciones y se gastó medio millón de dólares en restaurarla después del desborde del cercano río Fox, en una obra dirigida por Dirk Lohan, el nieto arquitecto de Mies. Todos los reportes de historiadores y especialistas que visitaron Farnsworth coincidían en que la casa lucía como nueva.

Palumbo hasta había encontrado soluciones preservacionistas a problemas que Mies ignoraba olímpicamente y que habían llevado a que la doctora Farnsworth hasta lo llevara a juicio. Por ejemplo, los mosquitos: para furia del arquitecto, su clienta puso mosquiteros en los enormes paños de vidrio móvil. El lord hizo drenar bien el terreno y cambió los pastos largos, pampeanos, del lugar por césped corto, con lo que se acabaron los mosquitos. La doctora tuvo que habituarse, sin embargo, a vivir en un Mies de 25 por 9 metros, sostenido por ocho columnas de acero a un metro y medio del nivel del suelo, construido en acero pintado y vidrio, y sin paredes internas. Un día, saliendo de la ducha, la señora se encontró con un grupo de turistas japoneses que fotografiaban con entusiasmo.

Lord Palumbo anunció el año pasado que la casa se remataría en diciembre, en Sotheby's, y se calculaba que el precio final sería de entre 4,5 y 6 millones de dólares. Museos, coleccionistas y ricos diversos se entusiasmaron con la idea de comprarse la Farnsworth, y entre los preservacionistas surgió la preocupación de que en varios casos se hablaba de trasladarla a diversos destinos, Hollywood incluido.

Entonces intervino el Estado. El gobierno de Illinois anunció que podría comprar la casa, para mantenerla en su lugar como museo y atracción cultural. La buena noticia duró lo que un suspiro: en cosa de semanas se supo que en realidad no había fondos públicos para semejante inversión.

La situación fue salvada por dos entidades patrimonialistas, una pública y una privada. El Consejo de Preservación del Patrimonio de Illinois –LPCI, en inglés– y el National Trust anunciaron que pondrían un millón de dólares cada uno e impulsarían una colecta para juntar la diferencia. En Illinois, como en casi todo Estados Unidos, la legislación patrimonial es escasa, despareja y contradictoria, y en este caso no había recurso legal para preservar la casa o limitar su traslado.

Lo que quedaba era reunir el dinero y simplemente comprarla, y el National Trust fue protagonista del tema. La entidad es un gigantesco club de amigos del patrimonio que ya posee y administra 22 edificios históricos, incluyendo dos casas de Wright, una plantación del siglo XVIII en Virginia, la sinagoga de Touro en Newport, Rhode Island, y varias mansiones de campo en varios estilos. Sin recibir un níquel del gobierno, el Trust es un campeón en hacer el patrimonio viable y cuenta hasta con una cadena de hoteles afiliados que tienen en común ser edificios de valor histórico, restaurados y preservados con cuidado. El Trust es además una fuente de recursos técnicos, de publicaciones y ayuda para los que tienen una vivienda o edificio de valor patrimonial y quieren repararlos como corresponde. Y sus campañas para salvar lugares históricos ya son famosas en Estados Unidos.

La maquinaria logró reunir 4,7 millones de dólares en cosa de meses, con lo que el Trust y el Consejo pudieron ofrecer 6,7 millones en el remate. La Farnsworth no se moverá y las instituciones están preparando un plan para abrirla al público que implica la construcción de un acceso pavimentado y un edificio de servicios, todo fuera de la vista para no arruinar el concepto de Mies.

Más allá de los números inimaginables en la Argentina, la historia es llamativa porque la movilización de personas que pusieron mucho o poco dinero para salvar un bien cultural, lo hicieron a través de una ONG y para preservar un ámbito: la Farnsworth no iba a ser demolida, era un bien precioso y carísimo, pero iba a ser movida de lugar. ■

CAL Y ARENA

Marketing de construcción
El departamento de Posgrados y Educación Continua de la Universidad de Belgrano prepara el curso de dirección de negocios de arquitectura y construcción. El curso, que forma parte del área de administración de negocios, está dirigido tanto a arquitectos e ingenieros como a graduados de ciencias económicas y empresarios activos en la construcción. El programa, se entiende, combina temas propios de la construcción con nociones de marketing y management aplicados, con un criterio de implementación práctica. Inscripción e informes en 4393-5588, Lavalle 485.

Por web y por teléfono
La empresa Sonoflex acaba de renovar su página web y de lanzar un servicio de asesoría por teléfono a cargo de profesionales experimentados, para los que tengan que instalar sus revestimientos acústicos. Para conocer el servicio y los implementos fabricados por Sonoflex en el país, en Chile y Brasil, hay que consultar en *www.sonoflex.com*

Resina escultórica
Entre el 16 y el 19 de este mes, y entre el 25 y 28, la artista Claudia Aranovich dicta su curso de técnicas en resina poliéster, acrílico, moldes repetibles de silicona y látex, que se usan tanto en creación como en restauración. Informes en 4361-2237.